

ABSTRAK

Saat ini banyak industri jasa yang berkembang di Indonesia, salah satunya adalah jasa *food court*. Oleh karena itu, pihak pengelola *food court* perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan para pesaing lainnya. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Adapun tujuan dari pengusaha adalah untuk mencapai kepuasan konsumen yang membuat perusahaan dapat terus beroperasi. Dengan kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat meningkat pula. Dengan semakin berkembangnya *food court* saat ini, terutama di lingkungan kampus, peneliti tertarik mengambil penelitian tentang jasa *food court* di kampus Universitas Kristen Maranatha.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 249 responden yang pernah makan di *food court* UK. Maranatha. Karakteristik individu yang digunakan adalah karakteristik individu yang mudah diamati seperti jenis kelamin, angkatan, status, dan usia. Metode analisis yang digunakan adalah *importance-performance* analisis dan *descriptive* analisis (mean). Dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode *survey*. Instrumen diambil dari Aigbedo dan Parameswaran (2004) yang dianalisis menggunakan analisis *reliability*.

Hasil yang diperoleh untuk posisi A (*Concentrate here*) hasil akhir sebanyak sepuluh item dan posisi B (*Keep up the good work*) hasil akhir sebanyak sepuluh item, sedangkan untuk posisi C (*Possible overkill or Doing more than necessary*) dan posisi D (*Low priority*) tidak ada. Dengan demikian maka *food court* UK. Maranatha harus lebih meningkatkan instrumen yang terdapat di kuadran A. Dan mempertahankan instrumen yang terdapat di kuadran B.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran	7
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemahaman Jasa.....	10
2.2 Klasifikasi Jasa.....	11
2.3 Universitas.....	14
2.4 <i>Food court</i> Kampus.....	14
2.5 Tugas Mengelola Pemasaran Jasa (Peningkatan Kualitas Jasa)	15

2.6	Persepsi Kualitas Jasa.....	16
2.6.1	Faktor-faktor penyebab kualitas Jasa yang Buruk	19
2.6.2	Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa.....	21
2.7	Kepuasan Pelanggan.....	23
2.7.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	25
2.7.2	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	27
2.7.3	Strategi Kepuasan Pelanggan.....	30

BAB III OBJEK & METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	32
3.2	Populasi & Sampel Penelitian.....	33
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	33
3.4	Metode Penumpukan Data.....	34
3.5	Definisi Operasional & Pengukuran Variabel.....	34
3.6	Uji Pendahuluan (Uji Realibilitas).....	38
3.7	Metode Analisis Data (Mean).....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden.....	40
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	41
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	42
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2	Hasil Mean Importance-Performance Analysis.....	43
4.3	Pembahasan.....	45

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Implikasi Manajerial.....	53
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.4 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA.....	55
---------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Format kuesioner	
Lampiran 2. Perhitungan SPSS - <i>Reliability</i>	
Lampiran 3 Perhitungan Mean	
Lampiran 4 Perhitungan Karakteristik Responden	
Lampiran 5 Jurnal	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Konsep Kepuasan Konsumen	27
Gambar 4.1 Importance –Performance Map Based On Means of Direct of Responden....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.5 Descriptive Statistics Importance.....	44
Tabel 4.6 Descriptive Statistics Performance.....	45